

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis (Vol. 22)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ali Arifin. (2003). *Viral Marketing- Konsep Baru Berinvestasi dana Berwirausaha*. Andi Publisher .
- Anggraini, D. P. (2019). *Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Bintang Toedje Masuk Angin di Apotik K24 Rungkut Pandugo*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Babin Barry. (2015). *Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth : Restaurant Patronage In Korea*. *The Journal of Service Marketing*.
- Bilgin, Y. (2018). *The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty*. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6. <https://doi.org/10.15295/v6i1.229>
- Diyatma, A., & Rahayu, I. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro &bar*. In *eProceedings of Management (Vol. 4, Issue 1)*.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Ekawati, M. (2014). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Pengetahuan Konsumenserta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Account Twitter @Wrpdiet)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 14(2).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Fauzi, V. P., & Lubis, E. E. (2016). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi kelima. In Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fill dan Turnbull. (2016). *Marketing Communications (Seventh)*. The Prentice Hall Europe.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. In Pasuruan: Qiara Media. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833–5841. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.181>
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Handoko, T., & Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. In Yogyakarta: BPFE. BPFE.
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hendrawan, D., & Zorigoo, K. (2019). Trust in website and its effect on purchase intention for young consumers on C2C e-commerce business. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. Universitas Brawijaya.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan ( Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method )* - Iwan Hermawan, S.Ag., M.Pd.I - Google Buku. In Hidayatul Quran.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3, 329–346.

- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Joesyiana. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.
- Kumala, O. B. (2012). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kota Bali. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Niaga Depok*.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Landa, R. (2016). *Advertising by Design : Generating and Design Creative Ideas Across Media (3rd ed.)*. Wiley Blackwell.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3. In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Latief. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mapir Di Kota Langsa). *Jurnal manajemen dan Keuangan*.
- Limakrisna. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Makudza, F., Mugarisanwa, C., & Siziba, S. (2020). The Effect of Social Media on Consumer Purchase Behaviour in the Mobile Telephony Industry in Zimbabwe. *Dutch Journal of Finance and Management*, 4(2), em0065. <https://doi.org/10.29333/djfm/9299>
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Alfabeta.

- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. In Bandung: Simbiosis Rekatama Media (Vol. 2016). Simbiosis Rekatama Media.
- Nuraini, N., & Hadi, M. F. Z. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Panties Pizza Malang.
- Nurgayatri, A. R., & Suyanto, A. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). In Jurnal Komunikasi Trunojoyo (Vol. 10, Issue 2).
- Prakoso, A., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Social Media Advertising Terhadap Word of Mouth Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang Yang Menggunakan Instagram). In Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya (Vol. 41, Issue 1). Universitas Brawijaya.
- Pratiwi, Y. R., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. In Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau (Vol. 4, Issue 1).
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Pustaka Setia.
- Putra, G. S. (2019). Peran Sosial Media Marketing Second Stuff Online Shop Instagram Terhadap minat Beli Generasi Milenial Y di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.
- Qadhafi, N. E. (2017). Pengaruh WOM (Word of Mouth), Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Mineral Dzakya. Skripsi Institut Agama Islam Surakarta.

- Rafsanjani, A. F. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Sony di Retina Digicam Surabaya Melalui Minat Beli. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
- Ratnasari, N. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Dan Perilaku Konsumen Online Di Kota Subang Terhadap Brand Story Pada Aplikasi Instant Messenger Line. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja.
- Rosady. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Bata di Kota Semarang. Diponogoro Journal Of Management.
- Sangadji dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. CV. Andi Offset.
- Santoso. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement, Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. Skripsi Institusi Teknologi Sepuluh November.
- Sarwono. (2016). Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS - SEM). Andi.
- Sekaran, U. (2011). Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis). Salemba Empat.
- Seo, E.-J., & Park, J.-W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.014>
- Singgih. (2014). Statistik Parametrik Edisi Revisi. Elex Media Komputindo.
- Sujarweni, V. W. (2015). Komponen utama sistem informasi. Sistem Akuntansi.
- Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian. In Metodologi Penelitian.
- Sujarweni, W. V., & Utami, L. R. (2019). The Master Book of SPSS. Anak Hebat Indonesia, 03(2016).
- Sumardy. (2011). The Power of Word of Mouth Marketing. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.

- Sunyoto, D. (2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus ). PT. Buku Seru.
- Tjiptono dan Diana. (2020). Pemasaran. Andi Yogyakarta.
- Wati. (2018). Metodologi Penelitian Terapan (2nd ed.). Pustaka Amri.
- Yamin, Sofwan., Kurnaian, H. (2011). Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS. Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan, 11150331000034.
- Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Serambi Ilmu Semesta.